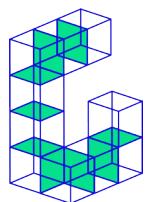
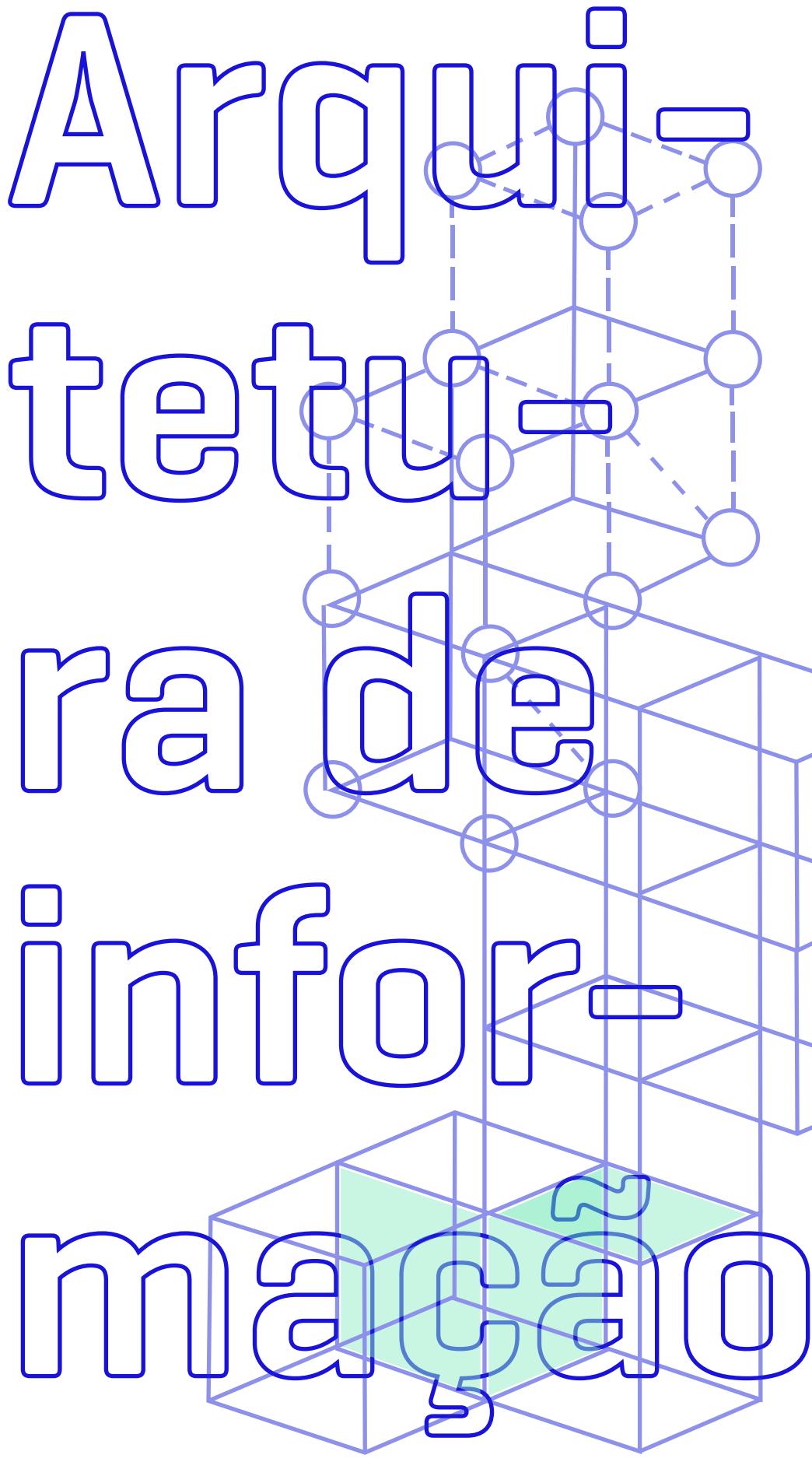


TOOLKIT

ARQUITETURA DE  
INFORMAÇÃO

Arqui  
tetu  
ra de  
infor  
mação



# Arquitetura de Informação

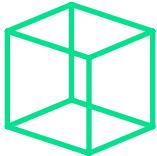
## O MÉTODO, DE RELANCE:

- 1. APRENDER:** Revisar metas, usuários e contexto.
- 2. INVENTAR:** Imaginar páginas, recursos e fluxos necessários.
- 3. PROGRAMAR:** Organizar e aperfeiçoar, informado pelas necessidades do usuário.
- 4. REPORTAR:** Compartilhar seu trabalho e receber um feedback.

## Aprender

Comece listando o maior número possível de interessados que representam quem pode estar acessando seu website. Seja meticoloso e capture o maior número possível de interessados. Mais é mais! Revise seu trabalho e tente classificar esses usuários em duas categorias: Impacto e Receita. Lembre-se, mesmo se você não é uma organização sem fins lucrativos, você está criando impacto! Os usuários da categoria Impacto permitem que você cumpra seu propósito e missão (funcionários, apoiadores, colaboradores, etc.). Os usuários na categoria Receita permitem que você sustente seus esforços financeiramente (clientes, doadores, investidores, etc.). Alguns usuários podem se enquadrar nas duas categorias.

*Se você já tem um site, comece tentando gravar seu mapa do site existente da memória. Tome nota das páginas que você deixou de fora. Quão importante eles são? Para quem? Veja sua análise e fale com seus usuários. Onde as pessoas gastam o tempo? Por que eles vêm para o seu site?*



Vote nos três principais usuários da categoria Impacto e nos três principais usuários na categoria Receita. No total, você deve ter agora 6 perfis para avançar. Crie um perfil para cada um desses 6 usuários com o seguinte modelo:

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>NOME:</b>      | Qual é seu nome?   |
| <b>BIOGRAFIA:</b> | Idade? Localização? Ocupação / Papel   |
| <b>VALOR:</b>     | Criam IMPACTO, RECEITA ou AMBOS para você?   |
| <b>PROpósito:</b> | Por que estão no seu site? Quais são as principais coisas que eles precisam deste website? |

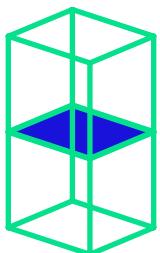
Levar um minuto ou dois para desenhar um esboço rápido de cada usuário pode ser divertido e útil ... confie em nós!

## Inventar

Revise seus perfis de usuário e isole a linha “propósito” por um momento. Extraia todas as várias necessidades encontradas e escreva cada uma delas, individualmente, em uma nota de post-it.

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>PROpósito</b> | Por que estão no seu site? Quais são as principais coisas que precisam deste website? |
|------------------|---|

Agora é hora de começar um exercício de mapeamento de afinidade. Pegue todas as notas post-it individuais e comece a agrupá-las em categorias. Deixe isso acontecer naturalmente. Procure padrões. Além disso, considere criar uma categoria abrangente chamada “miscelânea” para capturar qualquer item que não se encaixe bem em uma determinada categoria.



# Programar

Revise seu trabalho de mapeamento de afinidade que você acabou de concluir na fase de Inventar. Que tipo de conteúdo ou recursos estão faltando? Adicione pensamentos adicionais com base nos objetivos da sua organização no mix. Use este trabalho para criar um mapa inicial do site. Divilde o mapa do site da seguinte forma:

**PÁGINA:** Um espaço dedicado para o conteúdo viver.

**CONTEÚDO:** Conteúdo escrito ou visual que transmite uma mensagem.

**SEÇÃO:** Uma seção dedicada que existe dentro de uma página.

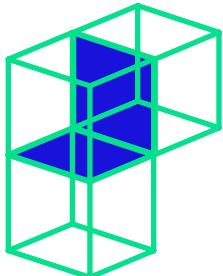
**SUB-PÁGINA:** Um espaço dedicado ao conteúdo, acessível por meio de uma página (i.e. pop-up).

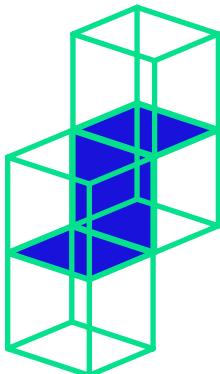
**CHAMADA DE ATENÇÃO:** Uma maneira de ativar usuários e ajudá-los a navegar para o que eles querem.

**FUNÇÃO RECOMENDADA:** Um componente mais técnico que aprimora a experiência / conteúdo.

# Reportar

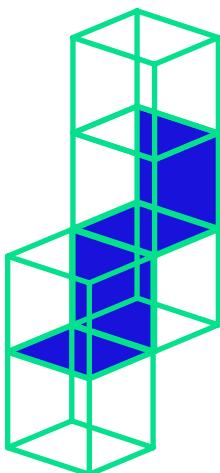
Mostre seu rascunho inicial do mapa do site para seus colegas e, idealmente, seus usuários finais, a fim de coletar seus comentários para informar futuras aperfeições. Nesta fase, você está procurando primeiramente um feedback que confirme suas suposições do que é fácil de usar ou fácil de seguir. Fique atento a pontos de confusão para que você possa melhorar seu trabalho de maneira informada!





# Boas Práticas

- Veja a arquitetura de informação como parte integrante da criação de uma forte experiência do usuário. Como resultado, permita-se tempo para a fazer bem e tempo de orçamento para aperfeiçoar com base no feedback do usuário. Arquitetura de informação é basicamente entender o que seus usuários estão procurando, e é importante lembrar que seus usuários podem ser internos ou externos à organização.
- A realidade é que existem muitos sites e aplicativos no mercado. Não tome como certo que um usuário entrou no seu site. Pergunte a si mesmo como esse usuário pode atingir seu objetivo neste site o mais rápido possível.
- Não faça isso sozinho. Incluaativamente seus usuários. Recomendamos conversar com um mínimo de 5 pessoas para saber mais sobre suas necessidades em primeira mão. Isso não precisa ser uma conversa de uma hora. Você já começará a ver alguns padrões depois de 3 conversas.
- Uma grande arquitetura de informação é claramente articulada e fácil de entender com pouca direção. Como resultado, uma grande arquitetura é a mais curta possível e contém frases claras para despertar a atenção. No final do dia, o objetivo de organizar suas informações estrategicamente é inspirar algum tipo de ação de seus usuários.
- Os mapas de site podem dar errado quando você não é redundante o suficiente. Ser redundante é fundamental devido a diferentes usuários que chegam ao seu site com necessidades diferentes em momentos diferentes. Dito isso, os mapas de site podem dar errado quando você tenta fazer demais. Lembre-se de que os sites não são armários de armazenamento. Fazer um projeto de arquitetura de informação para um site existente é muito parecido com arrumar a casa.



- Pense na legibilidade do seu mapa do site para que ele possa ser facilmente compartilhado com outros membros da equipe e conselheiros. Use ícones para chamar atenção a certas funções. Tem uma lenda. Considere o código de cores.

## INSPIRAÇÃO E RECURSOS ADICIONAIS:

Nosso próprio trabalho tem sido influenciado por um número incrível de pessoas e organizações. É altamente recomendável apoiá-los e revisar seu trabalho para mais inspiração!

[Card Sorting: Uncover Users' Mental Models for Better Information Architecture](#) de Katie Sherwin e o Nielsen Norman Group. 2018.

## VAMOS TRABALHAR JUNTOS:

Nós entendemos. É difícil fazer todo isso sozinho. Nossa equipe de consultores premiados está aqui para ajudar. Ajudamos mais de 600 organizações a alcançar milhões de pessoas e a aumentar sua receita. Além disso, criamos ferramentas confiadas por milhares de profissionais e executivos, assim está nas melhores mãos possíveis. Para saber mais, entre em contato com o verynice:

[info@verynice.co](mailto:info@verynice.co)